

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
daftar gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
1.4 Sistematika Laporan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Hirarki Keputusan	11
2.2 Pembelian Impulsif	13
2.2.1 Definisi Pembelian Impulsif	13
2.2.2 Aspek Pembelian Impulsif	14
2.2.3 Faktor Pembelian Impulsif.....	16
2.3 Suasana Toko	17
2.4 Motivasi Belanja Hedonis	20
2.5 Kerangka Pemikiran.....	30
2.6 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.1.1 Variabel Penelitian	33
3.1.2 Definisi Operasional.....	34

3.2	Populasi dan Sampel	35
3.2.1	Populasi	35
3.2.2	Sampel	35
3.3	Sumber Data	37
3.3.1	Data Primer	37
3.3.2	Data Sekunder	37
3.4	Metode Pengumpulan Data	38
3.4.1	Alat Pengumpulan Data	38
3.5	Uji Kelayakan Kuesioner	39
3.5.1	Uji Semantik	39
3.5.2	Uji Statistik	45
3.5.2.1	Uji Validitas	46
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	48
3.6	Teknik Analisis dan Model Persamaan Struktural	50
3.6.1	Model Persamaan Struktural (<i>Structural Equation Model</i>)	50
3.6.1.1	CFA (Confirmatory Factor Analysis)	51
3.6.1.2	Full Model	53
3.6.1.3	Goodness of Fit	55
3.6.1.4	Evaluasi Asumsi SEM	57
3.6.2	Uji Efek Mediasi	59
3.6.3	Uji Hipotesis	61
BAB IV hasil dan penelitian		63
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	63
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.1.2	Gambaran Umum Responden Penelitian	63
4.2	Evaluasi Asumsi SEM	66
4.2.1	Uji Normalitas	67
4.2.2	Uji Multikolinearitas	68
4.3	Uji CFA	69
4.3.1	Uji CFA Konstruk Eksogen	69
4.3.2	Uji CFA Konstruk Endogen	70

4.4	Analisis Full Model.....	73
4.5	Analisis Uji Efek Mediasi	77
4.6	Uji Hipotesis	78
4.6.1	H1: Pengaruh Suasana Toko terhadap Pembelian Impulsif.....	79
4.6.2	H2: Motivasi Belanja Hedonis Berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif	79
4.6.3	H3: Suasana Toko Berpengaruh terhadap Motivasi Belanja Hedonis	80
BAB V Penutup		81
5.1	Simpulan	81
5.2	Keterbatasan	83
5.3	Saran.....	83
5.3.1	Implikasi kebijakan	83
5.3.2	Saran Penelitian Mendatang.....	84
daftar pustaka		86
lampiran.....		89